

# 06년 3분기 세계휴대폰 시장 '2억4500만대'

## 수출 활성화 등으로 '빅5' 모두 선방 ... 내수 시장 440만대

2006년 3분기 내수 휴대폰 시장은 440만대 정도 형성된 것으로 잠정 집계 됐다. 업체별로 집계 방식에 따라 약간 다른 수치를 보였지만, 평균 이 정도 시장을 형성한 것으로 관측된다. 이는 1분기 400만대, 2분기 380만대에 비해 약간 성장한 것.

글 | 김종율 기자(모바일타임스)

### 06년 3Q 내수 휴대폰 시장 440만대

3분기 내수 휴대폰 시장은 그야말로 좋았다. 삼성전자와 LG전자의 휴대폰 실적이 괜찮았던 탓에 풍성한 마음을 가지게 하는 이유도 있었지만 메이저 업체들이 내수 시장을 겨냥해 대형제품을 출시한 이유가 더 컸다.

총 440만대 정도의 시장을 형성했을 것으로 집계된 3분기 시장에서 삼성전자는 210만~220만대 공급 실적을 기록한 것으로 분석됐다.

LG전자는 95만~100만대 수준의 물량을 3분기 내수 시장에 공급했다. DMB폰을 중심으로 시장을 착실히 공략했으며, 여전히 초콜릿폰의 명성이 사라지지 않아 팬택계열을 제치고 확실히 2위 자리를 거머쥔 것으로 분석됐다.

팬택계열은 스카이의 활약이 돋보인 가운데, 90만대 전후 공급량을 기록했다. 스카이의 활약에 비해 큐리텔의 활약이 다소 미흡했던 것으로 알려졌다.

3분기 삼성전자와 모토로라가 대형 히트 예감제품을 내수 시장에서 발표한 것은 주목할 일이었다. LG전자 역시 이에 뒤질세라 비록 10월이지만 '샤인'을 발표하는 것으로 경쟁체제에 돌입했다.

삼성전자가 프리미엄 초슬림 휴대폰 라인업인 '울트라에디션'을 국내에 발표한 것은 지난 8월, 두께 6.9mm로 세계에서 가장 얇은 휴대폰인 '울트라에디션6.9'를 출시한 것.

'울트라에디션(The Ultra Edition)'은 삼성 휴대폰의 첨단 기술과 디자인 철학이 결합해 탄생했다는 차세대 프리미엄 휴대폰 라인업의 명칭으로, '울트라에디션6.9(바형)', '9.9(폴더형)', '12.9(슬라이드형)' 3종이 지난 5월 해외에서 공개된 바 있으며 국내 출시는 '6.9'가 처음이다.

삼성전자는 이후 울트라에디션을 국내에 계속 공급한다는 방침이다.

모토로라가 레이저의 후속으로 야심차게 발표한 제품은 '모토 크레이저(MOTOKRZR)'였다. 이 제품은 지난 3분기 초 해외에서 공개됐다. 레이저 휴대폰과 같은 슬림계열이면서도 약간 다른 느낌을 창조해 올 하반기 및 내년 상반기 휴대폰 시장을 주도할 초대박 작품 1순위로 떠오른 바 있다.

화려한 외형과 완벽한 멀티미디어 서비스를 자랑하는 모토 크레이저는 도시적이고 트렌디한 젊은 프로페셔널들의 '머스트 해브(must have)' 아이템을 지향한다. 모토 크레이저(MOTOKRZR)에는 모토로라가 국내에서는 처음 선보이는 블루투스 기능이 탑재됐다.

LG전자는 10월 들어 '블랙라벨 시리즈' 두 번째 모델로 스테인리스 스틸(Stainless Steel) 소재를 적용한 '샤인(Shine)'을 발표했다.

'샤인'은 대부분의 기존 제품에 적용되던 플라스틱 소재와 달리 스테인리스 스틸 소재를 적용했다.

또 외부 케이스를 기존 플라스틱 위에 금속 도금했던 형태와 달리 실제 스테인리스 스틸로 제작해 견고함과 내구성을 한층 강화했다.

이 제품 출시로 LG전자는 초콜릿폰의 명성을 이어간다는 방침이다.

**7월 내수 휴대폰 시장 :** 지난 6월 160만대 출하량을 보인 것에 비하면 7월 시장은 냉정했다. 물론 6월 시장에 대해 '오류'란 비판도 있지만, 단말 제조사 출하량 공시를 감안하면 분명 '오류'는 아니다.

7월 시장은 145만대로 6월보다 과열 현상은 아니었다. 평균적인 월130만대 수준에 비하면 다소 과열 현상이 없었던 것은 아니었지만, 6월에 비해 한결 안정화됐다.

7월 시장에 대해 전문가들은 지상파DMB폰과 슬림폰 등 고가 단말기의 판매량 확대가 시장을 견인한 것으로 분석했다.

삼성전자는 150만대로 7월 내수 휴대폰 시장을 집계했으며, 이 중 자사가 75만대 공급으로 점유



율 50%를 돌파했다고 밝혔다. 물론 자사 50% 시장 점유율 돌파를 염두에 둔 집계라는 의혹을 쉽게 지울 수 있는 건 아니지만 이 기간에 삼성이 선방했다는 건 재론의 여지가 없다.

LG전자는 36만대를 판매해 점유율 24%를 달성했다고 강조했다.

LG전자는 초콜릿폰이 내수 시장에서 매일 1000대 이상 개통되는 강세를 이어갔으며, 지상

06년 3Q 휴대폰 출하량

(단위 : 100만대)

업체	2005년 Q3	2005년 연간	2006년 Q3
Nokia	66,6	264,9	88,5
Motorola	38,7	146,0	53,7
Samsung	26,8	102,9	30,7
SonyEricsson	13,8	51,1	19,8
LG	15,5	54,9	16,5
Other	48,8	197,4	47,0
TOTAL	210,2	817,2	256,2

※출처 : Strategy Analytics

파DMB폰 역시 15만대 이상 판매됐다고 전했다.

팬택계열은 자사 실적을 명확히 하지 않은 채 "지난달과 비슷한 실적"이라고 밝혔다. 이를 감안했을 때 6월 35만대보다 약간 감소한 것으로 풀이된다.

**8월 내수 휴대폰 시장 :** 8월 휴대폰 시장은 135만~140만대 수준으로 집계됐다. 이통사의 보조금 인상이 일부 있었지만 불법보조금 단속에 따른 부담과 휴가철 비수기가 작용한 것으로 분석된다.

삼성전자는 8월 내수 시장을 137만대 규모로 집계한 가운데, 자사가 70만대를 공급했다고 밝혔다.

삼성전자는 KTF를 통해 출시한 '울트라슬림 6.9'가 좋은 반응을 얻었다고 자신했다. 초도물량이 매진돼 추가물량이 공급된다고 자랑할 정도로 삼성전자의 울트라에디션은 강세였던 것으로 알려졌다.

LG전자는 시장을 134만대로 추정했으며, 그 중 자사가 30만대를 공급했다고 분석했다. LG전자의 지상파DMB폰은 8월에 강세를 보인 것으로 나타났다. 혹자는 8월 LG전자 점유율을 24%까지 잡기도 했다.

팬택계열은 여타 업체들에 비해 시장을 다소 많은 145만대로 추정했다. 그 중 자사 물량이 28만

06년 3분기 휴대폰 출하대수 (단위 : 100만대)

구분	2006년 Q3		2005년 Q3		증가율
	출하량	점유율	출하량	점유율	
제조업체					-
Nokia	88.5	34.7%	66.6	31.6%	32.9%
Motorola	53.7	21.1%	38.7	18.4%	38.8%
Samsung	30.7	12.0%	26.4	12.6%	16.1%
Sony Ericsson	19.8	7.8%	13.9	6.6%	42.2%
LG	16.5	6.5%	15.5	7.4%	6.3%
Other	45.7	17.9%	49.6	23.5%	-7.8%
TOTAL	254.9	100.0%	210.7	100.0%	21.0%

※출처 : IDC

대로 집계했다.

**9월 내수 휴대폰 시장** : 9월 휴대폰 시장은 계절적인 요인과 기기변경 및 보조금혜택, 그리고 추석특수까지 맞물리면서 호황을 누렸다. 휴대폰 제조업체는 내수 시장을 150만대 규모로 잡았다.

삼성전자는 9월 시장을 154만대로 잡은 가운데, 자사가 77만대를 공급한 것으로 분석했다. 8월에 이어 울트라에디션의 인기는 여전한 것으로 홍보했다.

LG전자는 시장을 157만대로 추정했다. 자사 실적은 35만대로 잡았다. LG전자측은 지상파DMB폰(LG-KB1500)과 슬림폴더폰(LG-KV2300) 판매량이 증가한 것으로 분석했다.

팬택계열은 시장을 148만대 다소 적게 잡았으며, 자사 물량을 31만대로 예상했다. 이 회사 관계자는 스카이 슬림폰(IM-S110)과 큐리텔 지니폰(PT-S210)이 각각 10만대 · 5만대씩 판매된 것으로 전했다.

**06년 3Q 글로벌 시장**

IDC와 스트래티지 아날리틱스 조사에 따르면 2006년 3분기 세계시장 휴대폰 출하대수는 2억 5500만대 정도로 집계 됐다. 두 리서치사는 집계 수치를 달리했지만, 큰 차이는 없었다.

3분기까지의 상황이라면 올해 연간 10억대 돌파를 실패한 셈이다. 노키아는 9억 7000만대로, 삼성전자는 9억 5000만대로 올해 시장을 예측하고 있다.

스트래티지 아날리틱스는 3분기 출하 대수를 2억 5600만대로 잡아 전년 동기 대비 22% 증가한 것으로 분석했다. 이는 지금까지 최고

기록이었던 2005년 4분기 2억 4600만대를 웃돈 것.

제조사별로 보면, 소니에릭슨이 가장 돋보였다. 이 회사는 1980만대 공급으로 점유율은 4위이지만 전년 동기 대비 43%나 출하량을 증가시켰다. 제품 포트폴리오를 혁신한 것과 출하 시기를 준수한 것이 성장 요인으로 분석됐다.

2위인 모토로라도 5370만대 공급으로 출하대수 기준 전년 동기 대비 39% 증가했다. 그러나 2년간 전성기를 누렸던 '레이저'의 인기가 시들해지면서 새로운 제품 출시를 맞이해야 하는 위기를 모토로라는 맞이했다.

출하대수 기준 노키아는 선두였다. 8850만대 공급으로 점유율을 35%로 확대했다. 스트래티지 아날리틱스측은 3분기까지 노키아의 출하량이 2억 4200만대인 점을 감안해, 연간 3억 4000만대 출하량을 기록할 것으로 예측했다.

IDC측은 3분기 휴대폰 출하 대수를 2억 5490만대로 잡았다.

제조업체별로는 노키아가 8850만대를 출하해 점유율 34.7%를 차지했다. 모토로라는 5370만대로 점유율 21.1%. 삼성전자는 2070만대 판매로 점유율 12.0%, 소니에릭슨은 1980만대 공급으로 점유율 7.8%, LG전자는 1650만대 공급으로 점유율 6.5%였다. **K**